



XIMENA ZALZER,
ÓSCAR PARADA,
MARCO GUTIÉRREZ Y
DANIEL GHETTI

TODO EMPEZÓ CON UN CAFÉ

DUALIPA Y
CALLUM TURNER

CUANDO EL ÉXITO ENCUENTRA ESTABILIDAD

ESPECIAL

MENTES
CREATIVAS

Revistas.PeruRadio.net.pe

7^{MA} EDICIÓN WINE FEST

NUEVAS FECHAS
20.21.22
DE AGOSTO



CAMPO FERIA
Chuquiago
Marka

Revistas.PeruRadio.net.pe

JUEVES 20

**DESZAIRE
PK2**

VIERNES 21

**BOLITAS
LA PESADA
(TRIBUTO ATAJO)
OCTAVIA**

SÁBADO 22

**CANARIOS DEL CHACO
ESTHER MARISOL
SANGRE CHAQUEÑA**



ENTRADAS EN:
elgenioX.com

CON EL APOYO DE:

Bagó
Ética al servicio de la salud

Crediseguro

BCP

ESPACIOS VERDES

KIN
Movement that inspires

Schweppes
PREMIUM SPRING

entel

Delizia

COSAS

**CAMPO FERIA
Chuquibaga
Marka**

beyond
BY ESPACIOS VERDES

Coca-Cola
Magia de Verdad™

vital

MULTICINE

PAÍS INVITADO:

**AMBASSADE
DE FRANCE
EN BOLIVIE**
Liberté
Égalité
Fraternité

Revistas.PeruRadio.net.pe



ALEXANDRA LECLERC

LA MIRADA MÁS ELEGANTE DE LA F1

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock

Durante años, la Fórmula 1 fue leída casi exclusivamente como un territorio de velocidad, escuderías, rivalidades deportivas y hazañas técnicas. Hoy, sin dejar de ser todo eso, también funciona como una de las vitrinas culturales más observadas del mundo. El *paddock* se ha convertido en una pasarela paralela, las carreras reúnen a celebridades, marcas de lujo y audiencias jóvenes, y cada aparición alrededor de los pilotos puede convertirse en conversación global. En ese escenario, Alexandra Saint Mleux —hoy presentada por distintos medios internacionales como Alexandra Leclerc— ha emergido como una de las figuras más comentadas del nuevo universo F1.

Su nombre comenzó a circular con fuerza por su relación con Charles Leclerc, piloto monegasco de Ferrari y uno de los rostros más reconocibles de la categoría. Sin embargo, reducir su fenómeno a la condición de pareja sería quedarse en la superficie. Alexandra se ha convertido en un caso particular porque su atractivo público no nace de la sobreexposición, sino de todo lo contrario: una presencia medida, una estética coherente y una capacidad para transformar cada aparición en una declaración visual sin necesidad de explicarla demasiado.

DEL MISTERIO AL FENÓMENO

Antes de ocupar titulares de moda, Alexandra Saint Mleux mantenía un perfil más reservado. Diversos medios la han descrito como una joven vinculada al arte, con formación en historia del arte y una sensibilidad visual que se refleja tanto en su presencia digital como en su manera de vestir. También se ha señalado su paso por espacios relacionados con el mundo artístico en Mónaco, así como su interés por la pintura, los museos y la curaduría estética.

Ese trasfondo resulta clave para entender por qué su imagen ha conectado tan rápido con una audiencia que no solo consume celebridades, sino también códigos visuales. Alexandra no aparece como una figura improvisada por la fama. Su estilo transmite una idea de construcción: sabe qué mostrar, qué callar y cómo habitar una escena pública sin perder distancia.

Su relación con Charles Leclerc empezó a ser seguida por la prensa desde 2023, cuando ambos fueron vistos en eventos como Wimbledon. A partir de entonces, su presencia en Grandes Premios, alfombras rojas y encuentros sociales vinculados a la Fórmula 1 empezó a crecer. En 2026, la relación dio un paso definitivo con una boda civil celebrada discretamente en Mónaco. Aunque la ceremonia se mantuvo inicialmente lejos del despliegue mediático, la pareja la confirmó después a través de imágenes propias y apariciones públicas que dejaron atrás el terreno de la especulación. Desde entonces, distintos medios internacionales comenzaron a presentarla como Alexandra Leclerc, un nombre que marca también una nueva etapa en su presencia pública.

LA NUEVA WAG

El término WAG —acrónimo de *wives and girlfriends*— nació con una carga bastante frívola. Durante años se usó para agrupar a las parejas de deportistas bajo una mirada reduccionista: mujeres observadas por su belleza, sus *looks*, sus apariciones en tribunas o su cercanía al poder masculino del deporte. En el fútbol, especialmente en Reino Unido, el concepto llegó incluso a convertirse en una categoría mediática cargada de estereotipos.

Pero algo cambió. En la era de las redes sociales, las marcas de lujo y la cultura visual permanente, muchas de esas mujeres ya no funcionan solo como acompañantes. Algunas son empresarias, creadoras de contenido, modelos, activistas, diseñadoras o prescriptoras de estilo. Otras, incluso sin buscarlo de manera frontal,

se convierten en figuras que ayudan a traducir el deporte hacia nuevos públicos.

Alexandra pertenece a esta nueva generación. Su caso es interesante porque no parece perseguir la fama con una estrategia estridente. Su magnetismo está en una especie de silencio editorial: se la observa más de lo que se la escucha. Sus apariciones no suelen estar acompañadas de grandes declaraciones, pero sí de una imagen precisa. En tiempos en que casi todo se narra en exceso, su reserva se ha convertido en parte de su atractivo.

UNA ESTÉTICA RECONOCIBLE

El estilo de Alexandra Leclerc puede leerse como una mezcla de romanticismo contemporáneo, elegancia francesa y lujo discreto. No es una moda de exceso, sino de proporción. Sus looks suelen apoyarse en siluetas femeninas, colores limpios, vestidos fluidos, piezas de inspiración clásica y accesorios capaces de actualizar el conjunto sin romperlo. Hay en ella una afinidad por los blancos, los tonos neutros, los pasteles y los estampados delicados, pero también una disposición a incorporar tendencias sin que parezcan disfraz.

En el Gran Premio de Mónaco de 2026, por ejemplo, su aparición con un vestido blanco de Jacquemus y accesorios en verde menta fue leída por medios de moda como una de las imágenes más comentadas del fin de semana. La elección reunía varios códigos de su estilo: una prenda romántica, una silueta muy fotogénica, una paleta fresca y un toque de tendencia suficientemente visible como para marcar conversación, pero no tan ruidoso como para desbordar la elegancia del conjunto.

Ese equilibrio explica buena parte de su éxito. Alexandra no representa el lujo inaccesible y distante de otra época, ni tampoco la estética completamente casual de la *influencer* tradicional. Su imagen parece ubicarse en un punto intermedio: aspiracional, pero legible; sofisticada, pero contemporánea; cuidada, pero no rígida. Es el tipo de estilo que puede circular tanto en una fotografía de *paddock* como en un tablero de inspiración de moda.

BELLEZA SIN ARTIFICIO EVIDENTE

Su belleza responde a la misma lógica. Alexandra se mueve dentro de una estética pulida, luminosa y aparentemente natural. Piel fresca, cejas definidas, labios suaves, pelo cuidado y maquillaje que no busca imponerse por intensidad, sino por armonía. Es una versión más sofisticada de la tendencia *"clean girl"*, menos ligada al minimalismo deportivo de las redes y más cercana a una feminidad de galería, Riviera y alta moda.

En ese sentido, su imagen dialoga con una sensibilidad muy actual: la belleza como curaduría. Ya no se trata solo de tener buen gusto, sino de sostener un universo completo. La ropa, el maquillaje, el pelo, los lugares que frecuenta, las referencias artísticas y la manera en que aparece públicamente forman parte de una misma narrativa. Alexandra parece entender que, en la cultura contemporánea, la identidad visual es una forma de lenguaje.

Ese lenguaje, además, no necesita ser evidente para resultar eficaz. En un mundo saturado de transformaciones radicales, campañas personales y discursos de autopromoción, su imagen avanza por acumulación. Un vestido en Mónaco, una aparición en Cannes, una fotografía junto a Leclerc, una referencia al arte, un look que se vuelve viral. Poco a poco, la figura se construye.

FÓRMULA 1, MODA Y CELEBRIDAD

El ascenso de Alexandra también habla de la transformación de la Fórmula 1. La categoría ya no se relaciona únicamente con fanáticos del automovilismo. Desde hace algunos años, impulsada por nuevas audiencias, documentales, redes sociales y una narrativa más cercana a la cultura pop, la F1 ha ampliado su ecosistema. Las carreras se han convertido en eventos sociales donde conviven deporte, entretenimiento, moda y lujo.

En ese contexto, las parejas de los pilotos ocupan un lugar distinto. Ya no son solo presencias ocasionales en boxes o tribunas. Algunas se han convertido en parte del relato visual de la temporada. Sus looks se comentan, sus gestos se viralizan y su relación con las marcas despierta interés. El *paddock* funciona como una alfombra roja con reglas propias: menos formal que Cannes, más exclusiva que una pasarela, más dinámica que un evento social tradicional.

Alexandra encaja especialmente bien en ese nuevo paisaje. Por su vínculo con Leclerc, tiene acceso a uno de los círculos más observados de la F1. Por su estilo, logra diferenciarse dentro de ese mismo círculo. Y por su reserva, mantiene una distancia que evita que su presencia se agote rápidamente. Esa combinación —visibilidad, estética y misterio— es difícil de sostener, pero cuando funciona, crea íconos.

EL PODER DEL SILENCIO

Quizás lo más interesante del fenómeno Alexandra Leclerc sea que su misterio no parece una ausencia, sino una forma de control. No se sabe todo de ella, y eso la vuelve más interpretable. En una época en que muchas figuras públicas construyen cercanía a partir de la confesión permanente, Alexandra apuesta por una presencia más visual que narrativa. No necesita explicar cada paso para que el público la siga.

Ese silencio también permite que su imagen sea proyectada por otros: medios de moda, fanáticos de la Fórmula 1, cuentas de estilo, seguidores de Charles Leclerc y audiencias interesadas en la nueva cultura del lujo. Todos encuentran algo que leer en ella. Para algunos, es la nueva WAG icónica. Para otros, una chica de formación artística que entró al universo de la F1 sin perder su propio lenguaje. Para muchos, una referencia de belleza y moda que parece mirar el ruido desde cierta distancia.

Esa distancia es parte de su encanto. Alexandra no se impone como celebridad tradicional, pero tampoco desaparece. Aparece lo suficiente para mantener la conversación viva y se retira lo suficiente para conservar el aura. En términos de imagen pública, ese equilibrio puede ser más poderoso que cualquier campaña explícita.

MÁS QUE LA PAREJA DE UN PILOTO

Charles Leclerc es, sin duda, parte central de su contexto. Su figura como piloto de Ferrari, su origen monegasco y su lugar dentro de la Fórmula 1 colocaron a Alexandra en un escenario global. La boda civil en Mónaco terminó de integrar esa historia al imaginario del Principado, pero el interés que hoy despierta ella no se explica únicamente por esa relación.

Hay muchas parejas de deportistas expuestas a grandes plataformas; pocas logran convertirse en una referencia estética con identidad propia. Alexandra lo ha hecho porque ha encontrado una fórmula reconocible. No necesita competir con el espectáculo del deporte ni con la velocidad de las redes. Su presencia opera en otro registro: el de la elegancia contenida, la belleza limpia y la curaduría visual.

En el fondo, su fenómeno revela algo sobre nuestro tiempo. La celebridad contemporánea ya no siempre nace de una declaración, una película, una canción o una entrevista. A veces surge de una imagen que se repite con coherencia hasta volverse símbolo.

En ese sentido, Alexandra Leclerc representa una nueva forma de ícono: menos explícita, más visual; menos ruidosa, más interpretada. Su historia todavía está en construcción, y tal vez por eso resulta tan atractiva. En el universo acelerado de la Fórmula 1, donde todo parece medirse en segundos, ella ha encontrado una manera de destacar desde la pausa. Y esa, probablemente, sea su mayor declaración de estilo. ■



Somos parte de tu destino

DTT
AUTORIDAD DE REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN
DE TELECOMUNICACIONES Y TRANSPORTES



Hay formas de ir a Europa
y solo una de volar

aireuropa.com

æ AirEuropa
Tú decides

40 AÑOS

Revistas.PeruRadio.net.pe



11

DESTACADOS

JUNIO DE 2026



21



14



17



18



37



44



48

ROLEX
Adam Scott alcanza los 100 majors consecutivos 11

NOTA DE PORTADA 14

COSMET EQUIPETROL 17
El nuevo destino de la belleza en Bolivia

GONZALO MORALES VERSALOVIC 18
Reconstruir la confianza

ESPECIAL MENTES CREATIVAS 21

SOCIALES 37
Los eventos más importantes del mes

MI CAVA COSAS 44
Luis Fernando Guzmán: Bolivia en la mesa del mundo del vino

DUA LIPA Y CALLUM TURNER 48
Cuando el éxito encuentra estabilidad

EN PORTADA
Ximena Zalzer, Óscar Parada, Marco Gutiérrez y Daniel Ghetti posan para el lente de Julio Gonzalez, con la asistencia de Jhojan Rodríguez, para la portada del Especial Mentes Creativas de COSAS.



Ciudad de México | Cancún | Guadalajara | Los Cabos | Monterrey

Copa Airlines te conecta con estos cinco únicos y maravillosos destinos en México, a través del Hub de las Américas® en Panamá.

¡Reserva ya! copa.com



**Oficinas
de Ventas**



**Call
center**



**Agencias
de viajes**

CopaAirlines



Vuelos sujetos a cambios y restricciones.

Revistas.PeruRadio.net.pe



FUNDADA EN 1999
NIT N° 122617024
DEPÓSITO LEGAL N° 4-3-65-03

Directora
CARLA TEJERINA DE CABEZAS

Editora ANA SOFÍA CABEZAS

Periodista MARÍA JOSÉ PAREJAS

Consejo editorial MIGUEL SOLIS HAILLOT
QUITO VELASCO
CARMEN LUZ CALVO
GASTÓN SERRANO
ANDREA OVIEDO

Departamento de Arte JAVIER VELASCO

Fotografía ALEJANDRA REZNICEK
PABLO MANZONI
JULIO GONZALEZ
MARTINA CABEZAS

EDITORA Y PROYECTOS S.A.

Gerente Regional Santa Cruz CLAUDIA POMMIER
cpommier@cosas.com

*Revista "COSAS" editada por
Editora y Proyectos S.A.* CALACOTO CALLE 23, TORRE EMPRESARIAL TITANIUM
OF. 102
TEL: 2150191
CASILLA: 9858
LA PAZ
PASEO COMERCIAL "EL CHUUBI" N°34
EQUIPETROL TEL: 3145205
SANTA CRUZ

Pre-Impresión digital e Impresión SPC IMPRESORES S.A.

Representante Legal ORLANDO CABEZAS

Editora Internacional SOLEDAD MIRANDA IBARRA

Bureau en Nueva York MANUEL SANTELICES ITURRIAGA

Corresponsales:
Nueva York: FRANCISCA REYES C.
Hollywood: YENNY NUN
Londres: LORETO HERMAN
NATHALIE MALINARICH
París: ANDREA DESORMEAUX
EZEQUIEL DORIA MEDINA
Copenhague: TATIANA RAMÍREZ
Zurich: PAULA AMUNÁTEGUI
Buenos Aires: CLAUDIA ECHEVERRÍA
Mar del Plata: VERÓNICA FOXLEY DETMER

Servicios informativos exclusivos GAMMA PRESSE, ANGELI, SIPA PRESS,
Agencias: EUROPA PRESS, CAMERA PRESS,
SERPESA S.A.

Publicaciones: NEWSWEEK, PARIS MATCH, GENTE,
NOTICIAS, TRIBUNA DE ACTUALIDAD.

EDICIONES INTERNACIONALES

"Cosas" Chile Directora MÓNICA COMANDARI KAISER

"Cosas" Perú Directora ELIZABETH DULANTO DE MIRÓ QUESADA

"Cosas" Ecuador Directora CLAUDIA GONZÁLES

"Cosas" México Directora ARLENNE MUÑOZ VILCHIS

SUSCRIPCIONES: 2150191 - 3145205
WWW.COSAS.BO / EMAIL: REVISTACOSAS@COSAS.COM

BOLIVIA: 30 Bs.

PROHIBIDA TODA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL CONTENIDO DE ESTA REVISTA.



Adam Scott, Testimonial Rolex, en el tee del hoyo 1 al iniciar su participación en su mayor consecutivo número 100 durante el U.S. Open 2026.

ROLEX

ADAM SCOTT ALCANZA LOS 100 MAJORS CONSECUTIVOS

En un deporte donde las carreras suelen medirse en victorias, Adam Scott está a punto de alcanzar una cifra que habla de algo aún más difícil de conseguir: la permanencia. En el U.S. Open 2026, el golfista australiano disputará su torneo mayor número 100 de manera consecutiva, una marca que refleja 25 años de constancia, disciplina y vigencia en la élite mundial.

Por Redacción COSAS/ Fotos: Copyright Rolex

Cuando Adam Scott llegue al tee de salida en Shinnecock Hills Golf Club para disputar el U.S. Open 2026, estará haciendo mucho más que participar en otro torneo. A sus 45 años, se convertirá en apenas el segundo jugador en la historia en alcanzar los 100 majors consecutivos, un logro reservado para muy pocos en uno de los deportes más exigentes del mundo.

La racha comenzó en 2001, durante The Open Championship disputado en Royal Lytham & St Annes. Ese mismo año, el joven australiano ingresó a la familia Rolex. Veinticinco años después, ambas historias siguen avanzando en paralelo.

A diferencia de otros récords asociados a una semana excepcional o a una temporada extraordinaria, este habla de resistencia en el largo plazo. Mantenerse competitivo durante un cuarto de siglo exige mucho más que talento. Requiere adaptación, disciplina y una capacidad constante para evolucionar junto al deporte.

“El mayor mérito ha sido mantenerme saludable, fuerte y relevante para el golf moderno”, explica Scott. Para él, una de las claves ha sido conservar la mentalidad con la que comenzó su carrera. “Intento jugar tanto como un niño como me sea posible. La experiencia es importante, especialmente cuando llegan los momentos decisivos o las condiciones más difíciles”.

El punto más alto de su trayectoria llegó en 2013, cuando conquistó el Masters Tournament y se convirtió en el primer australiano en vestir la icónica chaqueta verde. Un año después

alcanzó otro hito al convertirse en número uno del mundo, consolidando una carrera marcada por la regularidad y la excelencia.

El escenario de este nuevo capítulo tampoco es casual. Shinnecock Hills ocupa un lugar especial dentro de la historia del golf estadounidense y también en la de Scott. El australiano conoce bien el recorrido y llegó incluso a registrar una vuelta de 63 golpes en una ronda disputada allí en 2013.

La marca de los 100 majors consecutivos adquiere una dimensión aún mayor cuando se considera la naturaleza del golf profesional. Lesiones, cambios generacionales, variaciones de rendimiento y la presión constante de la competencia suelen interrumpir incluso las carreras más exitosas. Scott, sin embargo, ha logrado mantenerse presente año tras año en los escenarios más importantes del deporte.

Al mirar atrás, el australiano también reflexiona sobre la relación que ha construido con Rolex durante este recorrido. “He tenido la fortuna de formar parte de la familia Rolex durante 25 años. Pensar que apostaron por un joven australiano de 21 años que apenas comenzaba su carrera resulta realmente increíble”.

En una época obsesionada con los resultados inmediatos, la historia de Adam Scott recuerda que algunas de las mayores conquistas no se miden únicamente en trofeos. A veces, la verdadera grandeza consiste en seguir estando ahí, temporada tras temporada, cuando muy pocos lo consiguen. ■

COSAS DE FAMOSOS

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock



Sydney Sweeney

SYDNEY SWEENEY ROMPIÓ EL SILENCIO SOBRE LOS PERSISTENTES RUMORES QUE APUNTABAN A UNA SUPUESTA MALA RELACIÓN CON ZENDAYA DURANTE LAS GRABACIONES DE *EUPHORIA*.



Zendaya

Sydney Sweeney rompió el silencio sobre los persistentes rumores que apuntaban a una supuesta mala relación con Zendaya durante las grabaciones de *Euphoria*. En una entrevista con *Vanity Fair*, la actriz calificó de “locura” las historias que han circulado en redes sociales y algunos medios durante los últimos años, negando que existan tensiones dentro del elenco de la exitosa serie de HBO. “Todos crecimos juntos en este programa”, afirmó, cuestionando cómo se han construido narrativas sobre enfrentamientos y diferencias personales entre los protagonistas. Sus declaraciones llegan después de meses de especulaciones que vinculaban un supuesto distanciamiento con diferencias políticas, agendas profesionales e incluso rumores sobre la vida personal de ambas estrellas. Sweeney también aprovechó para desmentir que el éxito de los actores haya sido responsable de los retrasos en la producción de la tercera temporada, asegurando que el elenco siempre estuvo listo para regresar al set.

Kim Kardashian se convirtió en una de las protagonistas inesperadas del Gran Premio de Mónaco después de un incómodo intercambio con el periodista y expiloto Martin Brundle durante su tradicional recorrido por la parrilla de salida. La empresaria, que asistió al evento junto a su hermana Khloé Kardashian,

ignoró las preguntas del comentarista de Sky Sports mientras caminaba rodeada de un amplio equipo de seguridad. Cuando Brundle intentó obtener una reacción sobre su presencia en la Fórmula 1, Kardashian optó por no responder y continuó su camino. El momento se volvió aún más comentado cuando uno de sus guardaespaldas intervino para apartar al periodista, provocando la irónica respuesta de Brundle: “No me empujes, amigo, que soy casi famoso”. La escena, transmitida en directo, rápidamente se viralizó en redes sociales y volvió a poner el foco sobre la estricta seguridad que rodea a la empresaria. Su presencia en Montecarlo coincidió además con la creciente atención mediática sobre su vínculo con Lewis Hamilton, con quien ha sido vista en varias ocasiones durante los últimos meses.



Kim Kardashian



Shakira

Shakira y Gerard Piqué siguen enfrentando asuntos pendientes más de un año después de su mediática separación. Según reveló el periodista Jordi Martín, la expareja no habría logrado llegar a un acuerdo definitivo sobre dos temas clave: la custodia de sus hijos y la venta de la mansión que compartieron durante años en Barcelona. De acuerdo con esta versión, Piqué estaría buscando ampliar el tiempo que pasa con Milan y Sasha y sostiene que el acuerdo firmado en Miami podría no tener la misma validez legal en España, una situación que



Taylor Swift

TAYLOR SWIFT Y KYLIE JENNER PROTAGONIZARON UNO DE LOS ENCUENTROS MÁS COMENTADOS DE LA FINAL DE LA NBA. LA CANTANTE Y LA EMPRESARIA FUERON CAPTADAS SALUDÁNDOSE AFECTUOSAMENTE EN LA CANCHA TRAS LA VICTORIA DE LOS KNICKS, EN UNA ESCENA QUE RÁPIDAMENTE SE VOLVIÓ VIRAL EN REDES SOCIALES.

podría derivar en nuevas disputas judiciales. A esto se suma el desacuerdo sobre el futuro de la residencia familiar, cuya venta continúa sin concretarse debido a diferencias entre ambas partes. Aunque ninguno de los dos se ha pronunciado públicamente sobre estas informaciones, los reportes sugieren que la relación entre ambos atraviesa un momento de menor cordialidad. Todo ocurre después de que Shakira cerrara recientemente su proceso con las autoridades fiscales españolas y reiterara que una de sus principales prioridades sigue siendo proteger la estabilidad de sus hijos y continuar enfocada en su carrera profesional.



Elizabeth Olsen

Elizabeth Olsen podría estar preparándose para uno de los capítulos más importantes de su vida. La actriz, conocida por interpretar a Wanda Maximoff en el universo Marvel y por mantener un perfil extraordinariamente reservado, despertó rumores de embarazo tras ser fotografiada recientemente junto a su esposo, el músico Robbie Arnett, en el aeropuerto de Los Ángeles. Las imágenes mostraban lo que muchos seguidores interpretaron como un evidente baby bump, desatando especulaciones sobre la llegada de su primer hijo. Hasta el momento, ni Olsen ni su equipo han confirmado la noticia, por lo que todo permanece en el terreno de los rumores.

Taylor Swift y Kylie Jenner protagonizaron uno de los encuentros más comentados de la final de la NBA luego de coincidir en el Madison Square Garden durante el cuarto partido entre los New York Knicks y los San Antonio Spurs. La cantante y la empresaria fueron captadas saludándose afectuosamente en la cancha tras la victoria de los Knicks, en una escena que rápidamente se volvió viral en redes sociales debido al histórico conflicto que Swift mantiene desde hace años con Kim Kardashian, hermana mayor de Kylie. En las imágenes difundidas por asistentes al encuentro, se observa a Taylor acercarse a Jenner, intercambiar unas palabras y fundirse en un abrazo mientras celebraban el

triunfo del equipo neoyorquino. La escena fue interpretada por muchos seguidores como una muestra de que las tensiones entre la artista y el universo Kardashian-Jenner no necesariamente se extienden a todos los miembros de la familia.



Zac Efron

Jac Efron está construyendo una de las casas más inusuales y sostenibles de Hollywood. El actor comenzó recientemente las obras de FutureCave, una residencia ubicada en un terreno de más de 120 hectáreas cerca de la frontera entre Nueva Gales del Sur y Queensland, en Australia, que estará fabricada en gran parte con cañamo industrial. El proyecto fue diseñado por el reconocido innovador ambiental Joost Bakker y busca llevar la construcción ecológica a otro nivel: no solo las estructuras utilizarán materiales derivados del cañamo, sino también elementos interiores como colchones, cortinas y almohadas. La propiedad contará con seis dormitorios, amplias áreas comunes y un jardín en la azotea, integrando soluciones enfocadas en la sostenibilidad y el impacto ambiental reducido. Efron, que adquirió el terreno en 2020, ha explicado que su decisión estuvo influenciada tanto por su admiración por el trabajo de Bakker como por un consejo que recibió de Russell Crowe, quien le recomendó invertir en tierras australianas pensando en el futuro. Según el diseñador, el actor ha impulsado al equipo a llevar las ideas ecológicas "tan lejos como sea posible", convirtiendo FutureCave en un laboratorio de innovación donde la arquitectura, la agricultura y la sostenibilidad conviven en un mismo espacio. ■

XIMENA ZALZER, ÓSCAR PARADA, MARCO GUTIÉRREZ Y DANIEL GHETTI

TODO EMPEZÓ CON UN CAFÉ

Punto nació del encuentro entre la pasión de Óscar por el café, la experiencia de Ximena construyendo marcas y la visión de Marco y Daniel de transformar una tienda en un lugar donde las personas quisieran quedarse. Hoy, el café y el diseño conviven en un mismo espacio donde cada detalle invita a hacer una pausa.

Por Redacción COSAS/ Foto Julio Gonzalez/ Asistencia de fotografía Jhojan Rodríguez

Todo comenzó con una pasión. Desde hacía años, Óscar Parada se había sumergido en el mundo del café de especialidad. Aprendió sobre sus orígenes, sus métodos y la enorme calidad del café boliviano. Poco a poco contagió ese entusiasmo a Ximena Zalzer, quien descubrió que detrás de una taza existía una historia que merecía ser contada.

Al mismo tiempo, Marco Gutiérrez y Daniel Ghetti imaginaban una nueva etapa para Papingo Maminga. Después de más de una década construyendo una de las marcas de diseño más reconocidas del país, sentían que el espacio debía ofrecer algo más que moda. Querían crear un lugar donde la gente pudiera quedarse, conversar y disfrutar la experiencia completa.

Las dos ideas terminaron encontrándose de manera natural.

Así nació Punto, una cafetería de especialidad integrada a Papingo Maminga, donde el café se convirtió en el punto de encuentro entre el diseño, la creatividad y las personas.

Desde el principio los cuatro compartieron una misma visión. No querían abrir una cafetería convencional ni una tienda tradicional. Buscaban construir un espacio con identidad, donde la música, la arquitectura, el aroma del café y la atención hablaran el mismo lenguaje.

Para Ximena y Óscar, Punto también representa una extensión de quienes son. Mientras él lidera la selección de cada café y todo el trabajo técnico que existe detrás de una buena taza, ella se ocupa de construir la experiencia, fortalecer la marca y crear una relación cercana con quienes llegan al lugar.

“Queremos que la gente entre y se sienta bien”, resume Ximena.

Esa misma filosofía conecta con la visión de Marco y Daniel. Desde sus inicios, Papingo Maminga ha buscado contar historias inspiradas en Bolivia, encontrando belleza en lo cotidiano y transformando elementos de nuestra cultura en piezas de diseño con identidad propia.

“Queremos contar historias con las que cualquier boliviano pueda sentirse identificado”, explican.

El resultado es un proyecto donde ninguna propuesta compite con la otra. Al contrario, ambas se complementan. Quien llega por un café descubre una colección y quien entra buscando diseño encuentra un lugar donde quedarse un rato más.

Los cuatro coinciden en que hoy las personas buscan mucho más que un buen producto. Buscan espacios que transmitan una forma de vivir, donde cada detalle contribuya a crear una experiencia memorable.

El camino tampoco ha sido sencillo. Como muchos emprendedores bolivianos, han enfrentado desafíos constantes. Sin embargo, cada dificultad reforzó el vínculo con una comunidad que los ha acompañado desde el primer día.

Hoy Punto y Papingo Maminga funcionan como un mismo universo creativo. Un lugar donde el café, el diseño y las buenas conversaciones conviven con naturalidad y recuerdan que, muchas veces, las mejores ideas nacen cuando alguien decide quedarse un poco más. ■





INCORPORA STARLINK A SU PORTAFOLIO EMPRESARIAL Y FORTALECE LA CONECTIVIDAD PARA SECTORES ESTRATÉGICOS DE BOLIVIA

AXS Bolivia anunció la incorporación de la tecnología satelital de Starlink a su portafolio de soluciones empresariales, consolidando su estrategia de ofrecer conectividad confiable, segura y de alta disponibilidad para empresas y organizaciones en todo el territorio nacional.

Con esta incorporación, AXS amplía su capacidad para atender operaciones ubicadas en regiones remotas o de difícil acceso, donde la infraestructura tradicional de telecomunicaciones presenta limitaciones, permitiendo a las empresas mantener la continuidad de sus operaciones y acelerar sus procesos de transformación digital.

La nueva solución estará disponible para clientes corporativos de distintos sectores económicos, incluyendo minería, hidrocarburos, agroindustria, energía, construcción, transporte, banca, retail y manufactura, industrias donde

la conectividad es un factor crítico para la productividad, la seguridad y la toma de decisiones en tiempo real.

"Las empresas bolivianas necesitan soluciones que les permitan seguir operando, creciendo y siendo competitivas sin importar dónde se encuentren. La incorporación de Starlink a nuestro portafolio responde precisamente a esa necesidad y fortalece nuestra capacidad de llevar conectividad de clase mundial a cualquier punto del país", afirmó Giovanni Ortuño, Presidente Ejecutivo de AXS Bolivia.

Más allá de la tecnología satelital, la propuesta de valor de AXS incluye acompañamiento comercial, instalación especializada, soporte técnico local y asesoramiento permanente para

garantizar que cada solución responda a las necesidades específicas de cada organización.

La tecnología estará disponible tanto como conexión principal para ubicaciones donde no existe acceso a redes terrestres, como también para esquemas de respaldo y redundancia que permitan asegurar la continuidad operativa de empresas cuya actividad depende críticamente de la conectividad.

Con más de dos décadas de experiencia en el mercado boliviano, AXS continúa fortaleciendo su portafolio de soluciones tecnológicas mediante alianzas estratégicas con empresas líderes a nivel global, reafirmando su compromiso de impulsar la competitividad, productividad y crecimiento de las organizaciones bolivianas. ■



COSMET EQUIPETROL

EL NUEVO DESTINO DE LA BELLEZA EN BOLIVIA

Elegancia, sofisticación, exclusividad y experiencias memorables para sus clientes es lo que ofrece Cosmet Equipetrol. Con la inauguración de su nueva tienda insignia, Cosmet celebra 50 años de innovación y determinación para elevar el nivel de alta perfumería y la belleza en Bolivia.

Cosmet marca un nuevo hito en su historia con la inauguración de Cosmet Equipetrol. Concebida bajo estándares internacionales, este espacio redefine la experiencia de compra y simboliza el inicio de una nueva etapa para una de las empresas pioneras del sector en Bolivia.

La inauguración de Cosmet Equipetrol reunió a clientes, aliados estratégicos, representantes de las más prestigiosas marcas internacionales de perfumería y belleza, así como a los colaboradores y amigos de la empresa, en una celebración del legado construido durante décadas y, al mismo tiempo, una manifestación clara de la visión de futuro que impulsa a la marca.

“El respaldo de las maisons más prestigiosas del mundo, el compromiso de nuestros colaboradores y la preferencia de nuestros clientes nos han permitido transformar la experiencia de compra e inspirar a generaciones con la esencia de la más alta perfumería en Bolivia. Con la inauguración de Cosmet Equipetrol, damos inicio a una nueva era para Cosmet”, afirmó su fundadora y presidenta, María Teresa Martínez.

Inspirada en los grandes destinos internacionales de la alta perfumería, la belleza y la moda, Cosmet Equipetrol ha sido creada como un espacio de descubrimiento, bienestar y atención personalizada. Cada ambiente fue cuidadosamente diseñado para estimular los sentidos y convertir cada visita en una experiencia memorable, donde arquitectura, diseño y marcas conviven en perfecta armonía, manteniendo viva la esencia que ha distinguido a Cosmet desde 1976.

Con esta apertura, Cosmet reafirma su liderazgo en el mercado boliviano de la alta perfumería y renueva su compromiso de seguir elevando los estándares de servicio, experiencia y curaduría de marcas, consolidando su posición como referente indiscutible de belleza, lujo y excelencia en el país. ■



GONZALO MORALES VERSALOVIC

RECONSTRUIR LA CONFIANZA

En tiempos de incertidumbre, cuando la economía enfrenta desafíos y la confianza parece ponerse a prueba, Gonzalo Morales Versalovic invita a mirar más allá de la coyuntura. Desde la presidencia de la Cámara Nacional de Industrias, plantea una reflexión sobre el país que Bolivia quiere construir en los próximos años, la importancia de generar consensos y el papel que tienen la inversión, el empleo y la institucionalidad en el desarrollo. Más que un diagnóstico de la crisis actual, su mirada es una invitación a pensar en el futuro, en las oportunidades y en la capacidad de los bolivianos para transformar la adversidad en una nueva etapa de crecimiento.

Por Carla Tejerina/ Fotos Ramiro Escobar

Hay momentos en la historia de un país que obligan a detenerse y reflexionar. No para buscar culpables ni alimentar divisiones, sino para preguntarse qué lecciones deja la adversidad y cómo convertirla en una oportunidad de transformación.

Bolivia atraviesa uno de esos momentos. La incertidumbre económica, la conflictividad social y el desgaste institucional han generado preocupación en distintos sectores. Sin embargo, para Gonzalo Morales Versalovic, presidente de la Cámara Nacional de Industrias, la conversación no debería centrarse únicamente en la crisis del presente, sino en la capacidad que tiene el país para construir una visión compartida de futuro.

Su mirada evita el dramatismo y se concentra en algo que considera fundamental: la confianza.

“La confianza es el principal insumo para el desarrollo”, sostiene. Y no se refiere solamente a la confianza de los mercados o de los inversionistas. Habla también de la confianza de las familias que planifican su futuro, de los jóvenes que buscan oportunidades, de los emprendedores que deciden apostar por el país y de las empresas que continúan generando empleo aun en escenarios complejos.

Para Morales, uno de los efectos más profundos de las crisis prolongadas no aparece necesariamente en los indicadores económicos. Se refleja en el ánimo colectivo, en la percepción que las personas tienen sobre el futuro y en la dificultad para proyectar sueños y metas a largo plazo.

“La recuperación económica es importante, pero también debemos pensar en la recuperación social y psicológica de las familias bolivianas”, afirma.

Esa preocupación se extiende además a la imagen internacional del país. En

un mundo cada vez más conectado, la reputación se ha convertido en un activo estratégico. La capacidad de atraer inversiones, generar oportunidades comerciales y consolidar relaciones con mercados internacionales depende en gran medida de la estabilidad y previsibilidad que una nación proyecta.

Sin embargo, lejos de una visión pesimista, Morales insiste en que Bolivia cuenta con fortalezas que siguen intactas. Habla de la resiliencia de su gente, de la capacidad emprendedora del sector privado y de un potencial productivo que todavía tiene mucho espacio para desarrollarse.

“La historia demuestra que Bolivia ha enfrentado numerosos desafíos y ha sabido superarlos”, asegura.

MÁS QUE EMPRESAS, PERSONAS

Cuando se habla de industria, muchas veces la conversación se concentra en cifras,



indicadores o estadísticas. Pero detrás de cada fábrica, de cada emprendimiento y de cada línea de producción existen personas.

Miles de personas.

La Cámara Nacional de Industrias representa a más de 40.000 industrias y a más de 600.000 trabajadores en todo el país. Esa dimensión humana es la que, según Morales, define la responsabilidad que asume la institución. “La industria genera empleo, inversión, innovación y valor agregado. Proteger la actividad productiva significa también proteger a miles de familias bolivianas”, explica.

Por eso considera que el papel de una organización empresarial no debe limitarse a defender intereses sectoriales. En momentos complejos, su función consiste en generar propuestas, promover el diálogo y contribuir a la construcción de soluciones.

Desde esa perspectiva, la Cámara Nacional de Industrias ha impulsado diferentes iniciativas orientadas a la recuperación económica y a la preservación del empleo. Pero más allá de las medidas específicas, existe una idea que atraviesa toda su visión: el desarrollo requiere acuerdos.

No acuerdos circunstanciales ni respuestas improvisadas frente a una coyuntura determinada. Acuerdos de largo plazo capaces de ofrecer estabilidad y certidumbre.

EL VALOR DEL DIÁLOGO

Si hubiera que resumir en una sola palabra la principal lección que deja la crisis actual, para Gonzalo Morales esa palabra sería diálogo. Considera que las sociedades que logran avanzar son aquellas que desarrollan la capacidad de construir consensos y encontrar puntos de encuentro incluso en medio de las diferencias.

“La principal lección es que el diálogo oportuno y permanente constituye el instrumento más efectivo para resolver diferencias y prevenir conflictos”, afirma.

En su opinión, el desarrollo económico no puede construirse sobre la confrontación permanente. Requiere estabilidad, previsibilidad y una voluntad colectiva de trabajar en objetivos comunes. Por eso insiste en la necesidad de fortalecer una cultura de concertación capaz de involucrar al Estado, al sector privado, a los trabajadores y a la sociedad civil.

No se trata de eliminar las diferencias. Se trata de encontrar mecanismos que permitan gestionarlas sin paralizar el país ni afectar el bienestar de millones de personas.

PENSAR EN LA PRÓXIMA DÉCADA

Mientras gran parte del debate público gira alrededor de la coyuntura, Morales prefiere enfocarse en los próximos diez años. Cuando se le pregunta cuáles deberían ser los acuerdos fundamentales para construir una Bolivia más fuerte, responde sin dudar. El primero tiene que ver con la institucionalidad democrática. Considera indispensable fortalecer la seguridad jurídica, el respeto a las reglas y la confianza en las instituciones. El segundo está relacionado con la inversión y la iniciativa privada como motores del crecimiento económico, la innovación y la generación de empleo. Y el



tercero apunta a un profundo compromiso social centrado en la educación, la salud, la productividad y la calidad de vida de los bolivianos.

Para él, esos tres pilares son inseparables.

“La productividad y el bienestar social no son objetivos contrapuestos. Una economía más productiva genera más empleo, mayores ingresos y mejores oportunidades para las familias”, señala.

UN PAÍS PARA LOS JÓVENES

Quizá uno de los temas que más preocupa al presidente de la Cámara Nacional

de Industrias es el futuro de las nuevas generaciones. Miles de jóvenes observan con incertidumbre el panorama actual y muchos consideran que las mejores oportunidades se encuentran fuera de Bolivia.

Morales cree que revertir esa tendencia exige construir confianza y desarrollar políticas de Estado que trasciendan los ciclos políticos. Los jóvenes necesitan oportunidades para estudiar, emprender, innovar y trabajar. Pero también necesitan creer que existe un futuro posible dentro del país.

“Bolivia posee un enorme potencial humano. Si logramos combinar talento, estabilidad e inversión, las nuevas generaciones podrán encontrar aquí las oportunidades que hoy buscan en otros mercados”, afirma.

Es una reflexión que conecta con una visión más amplia sobre el desarrollo. Para él, el crecimiento económico no es un fin en sí mismo. Es una herramienta para mejorar la calidad de vida de las personas y ampliar sus posibilidades de realización.

MOTIVOS PARA CREER

En tiempos donde predominan las noticias difíciles, el optimismo puede parecer una posición arriesgada. Sin embargo, Gonzalo Morales lo asume como una convicción. No porque ignore los problemas, sino porque cree que el país posee las condiciones necesarias para superarlos.

Habla de una Bolivia con potencial industrial, tecnológico, energético, agroindustrial y exportador. Habla de recursos naturales, pero sobre todo de recursos humanos. Y habla de la capacidad de los bolivianos para construir acuerdos cuando entienden

que el futuro común es más importante que las diferencias coyunturales.

“Con una visión compartida de país, Bolivia puede consolidarse como una economía más moderna, productiva, competitiva e inclusiva”, sostiene.

Quizá allí se encuentra la idea central de su mensaje. Más allá de las crisis, de los ciclos económicos o de las tensiones del presente, el verdadero desafío consiste en recuperar la confianza. Porque cuando una sociedad vuelve a confiar en sí misma, también recupera la capacidad de imaginar y construir el futuro. ■

ESPECIAL
**MENTES
CREATIVAS**

Revistas.PeruRadio.net.pe

CAMILA LECHÍN

LA CASA DONDE QUISO VOLVER

Después de años construyendo una de las trayectorias gastronómicas más reconocidas del país, Camila Lechín decidió abrir un espacio profundamente personal. La Juanita es mucho más que un restaurante. Es una declaración de identidad, un homenaje a la memoria y una invitación a compartir la mesa como se comparte una casa.

Por Redacción COSAS/ Foto comida Sebastián Ormachea/ Foto blanco y negro Silvia Rocchino

Hay proyectos que nacen de una oportunidad y otros que nacen de una necesidad interior. La Juanita pertenece a esta última categoría. Para Camila Lechín, la apertura de su nuevo restaurante fue el resultado de una pregunta simple pero decisiva: cómo quería cocinar en esta etapa de su vida.

La respuesta la llevó a imaginar un lugar donde la gastronomía conviviera con la cercanía, la memoria y la hospitalidad. Un espacio donde la experiencia fuera tan importante como la comida. Un lugar al que las personas quisieran volver una y otra vez.

“Quería construir un restaurante al que yo misma quisiera regresar”, cuenta.

Con esa idea comenzó a tomar forma La Juanita, un bodegón contemporáneo que refleja una etapa de madurez profesional y también una faceta profundamente personal de la chef.

No es casualidad que el nombre tenga una carga emocional tan fuerte. Juanita era como la llamaba su abuelo Juan desde que nació. Mucho antes de convertirse en un restaurante, el nombre ya representaba a aquella niña que soñaba con cocinar y que encontraba en la cocina un espacio de curiosidad, creatividad y afecto.

Hoy ese recuerdo se transformó en un proyecto que reúne muchas de las cosas en las que Camila cree. La buena cocina, el respeto por el producto, la importancia de los detalles y el placer de recibir personas alrededor de una mesa.

La Juanita también es una extensión de su propia historia. Cada rincón fue pensado para transmitir una sensación de hogar. Fotografías familiares, objetos cargados de significado, una cocina abierta y una atmósfera cálida construyen una experiencia donde todo parece dialogar.

“Quería que se sintiera como una casa vivida”, explica.

Para lograrlo trabajó junto a la arquitecta Gabriela Franco en la creación de un espacio donde la creatividad no se limita al plato. También está presente en la iluminación, la música, los materiales, la disposición de los objetos y en la manera en que las personas son recibidas desde que cruzan la puerta.

El resultado es un lugar donde la identidad se percibe en cada detalle.

En el corazón de la propuesta está la cocina. Camila define el concepto como un bodegón contemporáneo, una cocina generosa, cercana y llena de sabor. La carta reúne platos que la han acompañado a lo largo de su vida, sabores que descubrió en distintos viajes y recetas que forman parte de sus recuerdos más personales.

Sin embargo, el desafío no consistía únicamente en reproducir esos sabores, sino en reinterpretarlos desde su propia mirada.

“¿Cómo hacerlos míos sin perder la esencia de aquello que los hace especiales?”, se preguntó durante el proceso creativo.

Esa búsqueda atraviesa toda la propuesta gastronómica de La Juanita. Los platos hablan de memoria, de infancia, de encuentros



y de emociones compartidas. También reflejan un compromiso permanente con los ingredientes, productores y sabores que forman parte de la identidad boliviana.

Para Camila, la cocina tiene la capacidad de conectar a las personas con quienes son y con el lugar donde viven.

Su fuente de inspiración tampoco proviene de las tendencias pasajeras. La encuentra en los recuerdos, en las historias familiares, en los ingredientes de temporada y en las emociones que permanecen en el tiempo.

“Para mí la creatividad viene mucho de mirar hacia atrás”, afirma.

Quizá por eso La Juanita transmite una sensación tan auténtica. No busca impresionar. Busca conectar.

Después de tantos años dedicados a la gastronomía, hay algo que sigue emocionando profundamente a Camila. Ver cómo una mesa se convierte en punto de encuentro. Cómo una conversación se alarga, cómo las personas permanecen un poco más de lo previsto simplemente porque están disfrutando del momento.

“Me gusta pensar que una buena mesa puede cambiar el ritmo de un día cualquiera”, dice.

En esa frase se resume gran parte de la filosofía que impulsa este nuevo proyecto. La comida es importante, pero también lo son las historias que se cuentan alrededor de ella. Los vínculos que se fortalecen. Los recuerdos que comienzan a construirse.

Por eso La Juanita no nació para ser simplemente un restaurante más dentro de la ciudad. Nació para convertirse en uno de esos lugares que terminan formando parte de la vida de las personas. Un lugar donde se come bien, pero también donde se está bien.

La cocina sigue siendo el hilo conductor de la historia de Camila Lechín. Pero esta vez comparte protagonismo con la arquitectura, la música, los objetos, la memoria y una manera muy particular de entender la hospitalidad.

Porque al final, crear un restaurante nunca fue solamente cocinar. También es crear un lugar al que la gente quiera volver. ■

PERCY AÑEZ CASTEDO

LA MÚSICA QUE TRANSFORMA COMUNIDADES

Hay quienes ven la cultura como una expresión artística. Percy Añez la vive además como una fuerza capaz de transformar comunidades. Desde la Asociación Pro Arte y Cultura (APAC), ha sido testigo de cómo la música puede abrir horizontes, fortalecer identidades y generar oportunidades para miles de personas.

Por Redacción COSAS/ Foto cortesía entrevistado

Después de una nueva edición del Festival Internacional de Música Renacentista y Barroca Americana Misiones de Chiquitos, Percy vuelve a confirmar una convicción que lo acompaña desde hace años: el talento siempre encuentra la manera de crecer. Aunque cada festival parece alcanzar un nivel imposible de superar, la siguiente edición vuelve a sorprender. Los artistas evolucionan, el público se multiplica y la emoción colectiva se renueva.

“El arte tiene la capacidad de mejorar la realidad de los bolivianos”, afirma. Y quizá sea precisamente esa capacidad la que ha convertido a los festivales organizados por APAC en algo mucho más profundo que una agenda cultural. Son espacios donde miles de personas encuentran un respiro en medio de la incertidumbre, momentos de encuentro que, como él describe, funcionan como un bálsamo en tiempos difíciles.

Para Percy, formar parte de APAC es uno de los mayores privilegios de su vida. Lo dice con la humildad de quien reconoce que sigue aprendiendo cada día de gestores culturales, voluntarios y artistas que han logrado construir uno de los festivales más importantes del mundo en su género. Pero también de las comunidades que han hecho de la música una forma de desarrollo y de esperanza.

El impacto de APAC va mucho más allá de los escenarios. Añez habla de identidad, autoestima y sentido de pertenencia. Habla

de jóvenes que descubren que sus sueños pueden convertirse en realidad a través del esfuerzo, la disciplina y la constancia. Habla de comunidades enteras que han encontrado en la música una manera de proyectarse hacia el mundo sin renunciar a sus raíces.

Uno de los momentos que más lo marcó durante esta última edición fue la presentación de una joven artista de apenas 14 años. Su talento emocionó hasta las lágrimas a cientos de espectadores, entre ellos autoridades y representantes diplomáticos. Pero para Percy, lo verdaderamente conmovedor no fue solo la ovación final, sino todo aquello que el público no vio: las horas de estudio, el sacrificio familiar y la perseverancia detrás de cada nota.

“Lo que vimos fue la coronación del trabajo”, recuerda. Y en esa imagen encuentra también una poderosa lección sobre mérito, esfuerzo y oportunidades.

Los resultados de décadas de trabajo son visibles. Jóvenes formados en las escuelas musicales de las Misiones hoy participan en algunos de los escenarios más prestigiosos del mundo. Mientras conversa sobre el presente de APAC, Percy menciona con orgullo a un coro de Urubichá que se presenta en Alemania y a músicos bolivianos invitados al Bach Festival, una de las citas más importantes de la música clásica internacional.



Ese reconocimiento confirma algo que él sostiene con convicción: la música ya es una marca país para Bolivia. A pesar de las dificultades, los bloqueos y los obstáculos burocráticos que suelen acompañar cada edición del festival, el movimiento musical que nació en Chiquitos continúa creciendo y extendiendo su influencia a nuevas regiones y comunidades.

La apertura al mundo también ha sido posible gracias a una red de colaboración internacional construida durante años. Embajadas, institutos culturales y organismos de cooperación han permitido impulsar proyectos de formación, fabricación de instrumentos, intercambios artísticos y giras internacionales. Para Percy, estas alianzas representan una oportunidad para mostrar

una de las mejores versiones de Bolivia: la del talento, la creatividad y la capacidad de construir puentes.

Cuando imagina el futuro, no piensa en monumentos ni reconocimientos. Sueña con que APAC siga siendo una institución viva, en constante evolución, capaz de adaptarse a nuevos tiempos sin perder su esencia. Una organización que continúe conectando personas, comunidades y culturas a través del arte.

Porque si algo ha aprendido en todos estos años es que la música no solo transforma a quienes la interpretan. También transforma a quienes la escuchan. Y, a veces, incluso puede transformar el destino de un pueblo entero. ■

PATRICIA RODRÍGUEZ TERRAZAS

CREAR OPORTUNIDADES PARA TRANSFORMAR VIDAS

Empresaria, impulsora del talento boliviano y convencida de que los negocios pueden generar un impacto positivo, Patricia Rodríguez ha construido una trayectoria donde el emprendimiento y el compromiso social avanzan de la mano. A través de proyectos como Walisuma y MANDATARIO, ha demostrado que el desarrollo económico puede convertirse también en una herramienta de transformación humana.

Por Redacción COSAS/ Foto cortesía entrevistada

Para Patricia, crear una empresa nunca fue únicamente una cuestión de negocios. Desde muy joven entendió que emprender también implica asumir una responsabilidad con las personas y con el país. Esa visión nació de dos influencias fundamentales en su vida: una familia que le enseñó que el privilegio implica responsabilidad y el contacto temprano con emprendedores bolivianos que, con recursos limitados, sostenían familias enteras gracias a su trabajo y determinación.

Fue entonces cuando descubrió que una empresa puede ser mucho más que una fuente de ingresos. Puede generar dignidad, abrir oportunidades y transformar realidades.

“Comprendí que el éxito empresarial y el impacto social no son objetivos opuestos; al contrario, cuando se gestionan bien, se potencian mutuamente”, afirma.

Esa filosofía ha guiado cada uno de sus proyectos. Tanto Walisuma como MANDATARIO nacieron con el propósito de demostrar que Bolivia puede competir en segmentos de alto valor sin perder su identidad. Patricia está convencida de que el país posee una riqueza extraordinaria en talento,

materias primas y conocimientos ancestrales que merecen ser reconocidos dentro y fuera de sus fronteras.

Sin embargo, detrás de cada producto ella ve algo más importante que el resultado final. Ve personas. Ve familias que han heredado oficios durante generaciones, emprendedores que buscan una oportunidad para crecer y comunidades que encuentran en su trabajo una forma de desarrollo sostenible.

“Cada producto representa mucho más que un objeto. Detrás hay personas, familias y saberes heredados”, explica.

Quizá por eso, cuando se le pregunta qué le produce mayor satisfacción, si desarrollar nuevos productos o ver crecer a las personas que forman parte de sus proyectos, la respuesta es inmediata. Aunque disfruta profundamente del proceso creativo, reconoce que nada se compara con observar cómo alguien fortalece su confianza, profesionaliza su trabajo y mejora su calidad de vida.

“Los productos pueden trascender temporadas; las personas transformadas pueden cambiar generaciones”, asegura.

A lo largo de los años también ha trabajado impulsando pequeñas y medianas empresas, una experiencia que le ha



permitido conocer de cerca los desafíos que enfrentan los emprendedores bolivianos. La informalidad, el acceso limitado al financiamiento y la necesidad de mayor formación empresarial siguen siendo obstáculos importantes. Sin embargo, Patricia prefiere enfocarse en las oportunidades.

Considera que Bolivia cuenta con una creatividad excepcional, una diversidad cultural única y materiales capaces de diferenciarse en cualquier mercado. El desafío consiste en transformar ese potencial en empresas sostenibles y competitivas.

Su compromiso también se extiende al liderazgo femenino y a la generación de oportunidades para más mujeres. Celebra que hoy existan cada vez más mujeres liderando empresas e instituciones, aunque reconoce que todavía quedan barreras por superar. Más que hablar de igualdad como concepto, prefiere hablar de oportunidades reales para que cada persona pueda desarrollar plenamente su talento.

Esa sensibilidad tiene mucho que ver con otra faceta que la ha acompañado desde la adolescencia. Patricia fue voluntaria desde muy joven y considera que esa experien-

cia marcó profundamente su forma de liderar. Le enseñó a escuchar, a comprender distintas realidades y a entender que el liderazgo consiste en crear condiciones para que otros puedan crecer.

Cuando piensa en el futuro de Walisuma, no habla primero de expansión ni de cifras. Habla de legado. Le gustaría que dentro de veinte años la organización sea recordada por haber contribuido a dignificar oficios, preservar conocimientos y generar oportunidades sostenibles para miles de familias bolivianas.

Pero hay algo que considera aún más importante.

“Me gustaría que ayudara a las personas a creer más en sí mismas y en el valor de lo que hacen”, dice.

Porque para Patricia, el verdadero cambio comienza cuando una persona descubre el valor de su propio talento. En ese momento nace la confianza, se abren nuevas posibilidades y aparecen oportunidades que antes parecían inalcanzables.

Y cuando eso sucede, no solo se transforma una vida. También puede transformarse una familia, una comunidad y, poco a poco, un país entero. ■

PATRICIA

MARIACA

PINTAR LO QUE HABITA EN LA MEMORIA

A lo largo de su trayectoria, Patricia Mariaca ha construido un universo visual donde los recuerdos, los sueños y las emociones se entrelazan constantemente. Su obra, reconocida dentro y fuera de Bolivia, invita al espectador a recorrer territorios íntimos que existen entre lo real y lo imaginado.

Por Redacción COSAS/ Foto Carolina Mantilla

Para Patricia Mariaca, la pintura no es una representación de la realidad. Es una búsqueda. Un viaje hacia esos lugares invisibles donde habitan las emociones, los recuerdos y las imágenes que permanecen en silencio esperando ser descubiertas.

Cada vez que entra a su taller, lo hace con la misma pregunta. No sabe exactamente qué encontrará, pero confía en que la pintura la llevará hacia algún territorio interior todavía inexplorado.

“Pienso la pintura como puertas que se abren hacia recuerdos, emociones o paisajes que habitan en nosotros muchas veces sin saberlo”, explica.

Esa búsqueda ha sido una constante a lo largo de una carrera marcada por la sensibilidad y la capacidad de transformar experiencias en imágenes profundamente evocadoras. Más que perseguir temas específicos, Patricia sigue el rastro de aquellas sensaciones que la conmueven y que regresan una y otra vez, cambiando de forma, color y lenguaje.

Su obra ha evolucionado al ritmo de la vida. Los lugares donde ha vivido, las personas que ha conocido y las culturas

con las que ha convivido han dejado huellas visibles en su trabajo. Cada experiencia se convierte en una nueva capa dentro de un universo creativo que nunca deja de transformarse.

Los viajes han desempeñado un papel fundamental en ese proceso. En El Salvador surgieron reflexiones vinculadas a la migración. En Guatemala aparecieron inquietudes relacionadas con problemáticas sociales. Pero fue en Mauritania donde vivió una de las experiencias más decisivas de su carrera.

Frente a la inmensidad del Sahara comprendió que el territorio que buscaba pintar no pertenecía únicamente al mundo exterior. También estaba formado por pensamientos, recuerdos y sueños. Desde entonces, su pintura transita constantemente entre ambas dimensiones.

Esa capacidad de conectar con emociones universales le ha permitido presentar su obra en distintos escenarios internacionales. Durante los últimos años expuso en Serbia, Alemania y Bélgica, llevando una propuesta artística que trasciende las barreras del idioma y encuentra resonancia en públicos muy diversos.



“Las palabras no siempre alcanzan, pero las imágenes encuentran un camino”, afirma.

Recientemente recibió uno de los reconocimientos más significativos de su trayectoria cuando el Museo Am Dom de Trier, en Alemania, incorporó una de sus obras a su colección permanente. La pieza formaba parte de su exposición Amazonía y representa un hito importante en su carrera.

Para Patricia, cuando una institución adquiere una obra el significado trasciende lo personal. Se convierte en un respaldo al trabajo realizado y en una señal de confianza que proyecta la obra hacia nuevas audiencias y generaciones.

Actualmente continúa explorando el universo amazónico, un territorio que se ha convertido en una fuente inagotable de inspiración. Los ríos, las canoas, las flores flotando sobre el agua y la riqueza natural de la región aparecen una y otra vez en sus pinturas.

Más allá de la belleza de esos paisajes, le interesa reflexionar sobre la relación entre el ser humano y la naturaleza. Desde la poesía de la pintura busca generar una mirada

sensible sobre temas ambientales que considera esenciales para el presente y el futuro.

Cuando alguien se detiene frente a una de sus obras, no espera que encuentre respuestas. Prefiere que descubra algo propio.

“Me gustaría que la obra devolviera a las personas sus propios recuerdos”, dice.

Esa posibilidad de generar una conexión íntima es quizás uno de los mayores logros de su trabajo.

Al pensar en el legado que desea dejar, Patricia no habla primero de exposiciones ni reconocimientos. Habla de sus alumnos. De las generaciones de artistas que han pasado por su taller y que hoy desarrollan sus propios lenguajes creativos.

Ver cómo construyen sus propios imaginarios y continúan vinculados al arte es una de sus mayores satisfacciones.

Porque más allá de las obras, los museos o las exposiciones internacionales, Patricia Mariaca sigue creyendo que el arte tiene la capacidad de transformar vidas. Y que su misión consiste, sobre todo, en seguir transmitiendo esa semilla creativa que nunca deja de crecer. ■

XIMENA JIMÉNEZ

CLAURE

EL ARTE DE HACER QUE LAS COSAS SUCEDAN

Antes de los grandes escenarios, las producciones multitudinarias y las marcas más importantes del país, hubo una mujer que decidió apostar por una idea y trabajar por ella todos los días. Veintitrés años después, Ximena Jiménez sigue encontrando en esa decisión la inspiración para seguir creciendo.

Por Redacción COSAS/ Foto Daniel Chinn

Cuando Ximena Jiménez, fundadora de Ximena Ximenez Corp, recuerda el inicio de su camino empresarial, la imagen que aparece es sencilla y poderosa al mismo tiempo. Una oficina improvisada en la sala de su casa, sus hijas pequeñas correteando cerca y sus mascotas compartiendo el mismo espacio donde nacía un sueño que todavía no imaginaba hasta dónde podría llegar.

Hoy, veintitrés años después, esa escena sigue siendo una de sus mayores fuentes de inspiración. No solo porque le recuerda el esfuerzo de los primeros años, sino porque representa el origen de una empresa construida sobre la confianza, la pasión y la convicción de que cada proyecto merece ser tratado como único.

“Lo que siento es una enorme gratitud y la certeza de haber construido algo con propósito”, afirma.

Mantenerse vigente durante más de dos décadas en una industria tan dinámica como la de los eventos no es tarea sencilla. Requiere creatividad, capacidad de adaptación y una permanente búsqueda de innovación. Para Ximena, la fórmula combina visión, determinación, resiliencia y una

profunda pasión por lo que hace. En XX Corp incluso tiene un nombre propio: la Fórmula XX, una manera de resumir la energía que ha impulsado el crecimiento de la empresa a lo largo de los años.

Durante este tiempo, ha acompañado a empresas, instituciones y familias en algunos de los momentos más importantes de sus historias. Sin embargo, asegura que lo que realmente la conecta con cada proyecto es la posibilidad de transformar una necesidad en una experiencia con significado.

“Nuestro rol va mucho más allá de organizar eventos. Siempre quisimos ser aliados estratégicos de nuestros clientes”, explica.

Esa visión ha llevado a la empresa a construir relaciones de largo plazo con algunas de las marcas más importantes del país. Escuchar, comprender las necesidades de cada cliente y diseñar soluciones personalizadas se convirtió en parte fundamental de su manera de trabajar.

Los números reflejan la magnitud del camino recorrido. En estos 23 años, XX Corp ha desarrollado más de 4.000 experiencias memorables, trabajado con más de 300 marcas,



movilizado a más de 1.000 proveedores e impactado a más de tres millones de personas en Bolivia y Paraguay. Pero para Ximena, más allá de las cifras, el verdadero valor está en la confianza construida a lo largo del tiempo.

El mercado también ha cambiado. Si antes un evento era visto principalmente como una actividad de protocolo o celebración, hoy las empresas comprenden que se trata de una poderosa herramienta de comunicación y construcción de reputación.

“Los clientes buscan mucho más que una buena organización. Buscan experiencias que conecten emocionalmente con sus públicos y permanezcan en la memoria”, señala.

Esa comprensión ha sido clave para que XX Corp evolucione constantemente. La empresa dejó de enfocarse únicamente en la logística para desarrollar una visión integral donde los eventos, las relaciones públicas y la gestión de marca trabajan de manera conjunta.

“Las marcas más memorables son las que logran habitar emociones”, afirma.

Quizá esa sea una de las principales razones por las que la empresa continúa liderando el sector. La innovación constante y la búsqueda de excelencia forman parte de su ADN. Cada detalle importa, desde el concepto creativo hasta la ejecución final. Pero también importa la manera en que se construyen las relaciones.

Para Ximena, la confianza nace de los resultados, pero también de la cercanía, la escucha y el compromiso genuino.

Cuando un cliente siente que su marca está siendo cuidada como propia, la relación trasciende lo comercial y se convierte en una alianza.

Liderar una empresa durante más de dos décadas también ha significado liderar equipos. A lo largo de los años ha construido una cultura organizacional basada en la colaboración, la innovación y la excelencia. Cree profundamente en el trabajo conjunto y en la importancia de compartir una visión común.

Cada proyecto representa una oportunidad para dejar una huella positiva. Esa filosofía es la que transmite a quienes forman parte de su organización y la que ha permitido que la empresa continúe creciendo más allá de las fronteras bolivianas.

Hoy, con presencia en Bolivia y Paraguay, XX Corp vive una nueva etapa de expansión y madurez. Sin embargo, la esencia permanece intacta.

Cuando se le pregunta qué le gustaría que dijeran sus clientes sobre ella y su equipo, la respuesta resume perfectamente su manera de entender el negocio.

Que trabajar con XX Corp significa contar con un aliado estratégico capaz de transformar ideas en experiencias memorables, con sensibilidad, profesionalismo y un estándar de calidad innegociable.

Después de 23 años, esa sigue siendo la verdadera pasión que impulsa cada nuevo proyecto. ■

SOFÍA KAVLIN

LAS CARTAS QUE NUNCA ENVIAMOS

Lo que comenzó como una intervención artística en un parque de Nueva York terminó convirtiéndose en un espacio donde miles de personas encuentran algo cada vez más escaso en tiempos de hiperconexión, la posibilidad de ser escuchadas. A través de Unsent Letter Mailbox, Sofía Kavlin ha creado un proyecto que habla de vulnerabilidad, comunidad y de todo aquello que llevamos dentro y pocas veces nos atrevemos a decir.

Por Redacción COSAS/ Fotos Max Waston y Sofía Kavlin

Desde pequeña, Sofía Kavlin sintió fascinación por los secretos. Le intrigaban las conversaciones que quedaban a medias, las historias que los adultos no contaban y todo aquello que parecía esconder una verdad importante. Con los años, esa curiosidad no desapareció. Simplemente encontró una nueva forma de expresarse.

En 2022 llegó a Nueva York para realizar una maestría en Parsons School of Design. Durante sus primeros días en la ciudad vivió una experiencia que la marcaría profundamente. En el metro observó a un joven que atravesaba una crisis emocional mientras la mayoría de las personas continuaba mirando sus teléfonos. Solo un desconocido decidió acercarse y preguntarle qué le ocurría. Aquella conversación cambió el ambiente del vagón y también la manera en que Sofía entendía la vida en las grandes ciudades.

"Me di cuenta de lo fácil que es deshumanizarnos", recuerda.

Esa sensación se mezcló con una realidad cada vez más evidente. Vivimos rodeados de personas, conectados permanentemente a través de la tecnología y, sin embargo, muchas veces profundamente solos.

Fue en ese contexto que nació Unsent Letter Mailbox, un buzón donde cualquier persona puede depositar una carta dirigida a alguien a quien nunca pudo decirle lo que sentía. Un amor perdido, un familiar distante, una amistad rota, una despedida pendiente o incluso una carta dirigida a Dios, al gobierno o a uno mismo.

La primera prueba llegó un 14 de febrero en Washington Square Park. Sofía esperaba recibir algunas cartas. Tal vez diez o quince. En menos de tres horas recibió cincuenta.

"Lo que entendí ese día es que tenemos muchísimo que decir y muy pocos espacios donde hacerlo", cuenta.

Desde entonces, el proyecto ha crecido hasta convertirse en una experiencia colectiva que reúne historias, emociones y confesiones anónimas provenientes de personas de distintos lugares y contextos.

Para Sofía, el valor del proyecto no está únicamente en las cartas, sino en lo que ocurre cuando alguien decide escribirlas. Hay algo profundamente liberador en poner en palabras aquello que permaneció guardado durante años.

"Todo lo que nos da vergüenza nos humaniza y todo lo que ocultamos, cuando sale a la luz, nos libera", afirma.

Después de leer cientos de testimonios, llegó a una conclusión sencilla y poderosa. Sin importar la edad, la nacionalidad o la historia personal, la mayoría de las personas comparte los mismos anhelos.

Todos queremos sentirnos aceptados. Todos buscamos un lugar seguro donde amar y ser amados. Todos tememos al rechazo y a la soledad.

Esa observación también la ha llevado a reflexionar sobre la manera en que nos relacionamos hoy. Aunque la tecnología nos permite encontrar a cualquier persona en cuestión de segundos, muchas veces resulta más difícil que nunca expresar lo que realmente sentimos.



Sofía cree que hemos reemplazado espacios íntimos de comunicación por espacios públicos donde representamos emociones sin necesariamente vivirlas. Las largas conversaciones, las cartas escritas a mano y los vínculos contruidos con paciencia han sido desplazados por dinámicas mucho más inmediatas.

Quizá por eso su proyecto ha encontrado tanta resonancia. Porque ofrece algo que muchas personas extrañaban sin saberlo.

Su formación combina diseño, investigación social, escritura y arte participativo, pero en el fondo todo converge en una misma pregunta: cómo crear espacios donde las personas puedan volver a encontrarse unas con otras.

Aunque hoy desarrolla gran parte de su carrera en Estados Unidos, Sofía reconoce que Bolivia sigue presente en la manera en que observa el mundo. Creció en una sociedad donde los vínculos comunitarios siguen teniendo un peso importante

y donde las personas suelen involucrarse en la vida de los demás con naturalidad.

“Cuando alguien necesita ayuda, todos se enteran”, dice.

Esa experiencia marcó profundamente los valores que hoy intenta transmitir a través de sus proyectos.

El reconocimiento internacional que ha recibido Unsent Letter Mailbox confirma que existe una necesidad universal de conexión humana. Sin embargo, Sofía prefiere enfocarse en algo más simple y más importante.

Le gustaría que cada persona que se acerca al proyecto recuerde que no está sola.

Que el amor, la pérdida, la incertidumbre y el deseo forman parte de una experiencia compartida. Que aquello que creemos único muchas veces es lo que nos une a los demás.

Porque al final, detrás de cada carta nunca enviada, existe alguien intentando ser escuchado. Y quizás también alguien más que necesita saber que siente exactamente lo mismo. ■

JULIO GONZALEZ

CREAR PARA SEGUIR MIRANDO

Fotógrafo, artista visual, diseñador y creador incansable, Julio Gonzalez ha hecho de la creatividad el hilo conductor de su vida. Hoy, desde Ibiza, atraviesa una nueva etapa marcada por la pintura, las exposiciones y el descubrimiento de una cultura que se ha convertido en fuente de inspiración para su obra.

Por Redacción COSAS/ Foto Julio Gonzalez

Hay personas que encuentran una profesión. Julio González encontró una forma de habitar el mundo. Durante más de dos décadas ha observado la realidad a través de un lente, ha construido algunas de las imágenes más recordadas de la revista COSAS y ha desarrollado un lenguaje visual propio que lo ha acompañado en cada una de sus facetas creativas.

La fotografía fue durante años su principal herramienta de expresión, pero nunca la única. La creación, explica, siempre estuvo presente en su vida. Diseño gráfico, arquitectura, moda, fotografía, pintura. Distintas disciplinas conectadas por una misma necesidad de imaginar y construir.

“Por suerte no sé hacer otra cosa”, dice entre risas. “El hilo conductor de mi vida siempre ha sido la creación”.

Hoy ese camino lo encuentra viviendo una nueva etapa en Europa. Instalado en Ibiza, ha regresado a una pasión que lo acompañó desde sus inicios: la pintura. Recientemente presentó una exposición que tuvo una recepción inesperadamente exitosa y ya prepara una nueva muestra donde combinará pintura y fotografía.

Lejos de repetir fórmulas conocidas, este nuevo momento creativo nace del encuentro con el entorno que ahora habita. Ibiza se ha convertido en una fuente permanente de inspiración. Sus paisajes, su mezcla cultural y especialmente las

mujeres de la tradición ibicenca ocupan un lugar central en su trabajo reciente.

“Me estoy enamorando de la cultura local y tratando de traspasarla a colores y formas a través de la pintura”, explica.

Sus obras dialogan con una identidad ancestral que convive diariamente con la modernidad. Esa coexistencia entre tradición y contemporaneidad es precisamente lo que más le interesa explorar.

“Siempre me han inspirado los vestigios de culturas que siguen vivos dentro del mundo actual”, afirma.

La respuesta del público europeo ha sido una sorpresa gratificante. Muchas de las personas que adquirieron sus obras provienen de distintos países y observan su trabajo desde perspectivas muy diferentes. Esa diversidad de lecturas es algo que disfruta especialmente.

En una de sus exposiciones fue el artista que más obras vendió. Más allá del éxito comercial, lo que más le impactó fue escuchar las interpretaciones que cada persona hacía de sus cuadros. Aunque la serie estaba inspirada en la mujer ibicenca, cada observador encontraba significados distintos, construía sus propias historias y completaba la obra desde su experiencia personal.

Esa capacidad de generar múltiples lecturas también ha estado presente a lo largo de toda su carrera fotográfica.



Para Julio, fotografiar y pintar son procesos mucho más cercanos de lo que parecen. Ambos comienzan con una observación, continúan con una construcción mental y terminan materializándose en una imagen.

“Todo pasa por el mismo proceso creativo”, asegura. “La fotografía, la pintura, el diseño o la arquitectura nacen de la misma necesidad de crear”.

Quizá por eso sus fotografías siempre tuvieron una fuerte carga conceptual. Muchas de las portadas que realizó para COSAS surgieron mucho antes de que existieran las personas que terminarían protagonizándolas.

Las imágenes aparecían primero en su cabeza. Después llegaban los personajes.

“A veces la fotografía ya existe mentalmente antes de conocer a la persona que la va a protagonizar”, cuenta.

Esa forma de trabajar convirtió muchas de sus producciones en imágenes memorables. Entre ellas recuerda especialmente la portada de la edición 300 de COSAS, inspirada en la obra de su maestro de pintura, Ciro Paz. También menciona con cariño las producciones grupales, aquellas que involucraban una compleja logística y donde la construcción visual alcanzaba una escala mayor.

Las fotografías de los Caporales, los Rostros Más Bellos y muchas otras producciones colectivas siguen ocupando un lugar especial en su memoria.

Pero detrás de cada imagen existe algo más importante que la técnica o la composición. Existe una conexión humana.

Julio reconoce que la fotografía ha sido la herramienta que le permitió relacionarse con el mundo. A través de ella conoció personas, construyó amistades y desarrolló vínculos que continúan hasta hoy.

“Si no fuera por la fotografía, probablemente sería un ermitaño”, confiesa.

La creación funciona para él como un puente. La conversación previa, el intercambio de ideas, la búsqueda conjunta de una imagen y el resultado final forman parte de un mismo proceso de encuentro.

En una época marcada por la sobreabundancia de imágenes, sigue creyendo que la diferencia está en la capacidad de emocionar, sorprender o proponer una mirada distinta.

Después de casi veintisiete años detrás de una cámara, todavía existen fotografías que no ha tomado. Imágenes que siguen habitando su imaginación y esperan el momento adecuado para convertirse en realidad.

Porque aunque hoy pinte, exponga y explore nuevos lenguajes, hay algo que permanece intacto.

Julio González continúa haciendo lo mismo que ha hecho toda su vida: observar el mundo, imaginar nuevas formas de contarlo y transformar esas ideas en imágenes capaces de permanecer en la memoria. ■



CEAPI

REAFIRMA EN MÉXICO LA FUERZA DE IBEROAMÉRICA

Ciudad de México fue sede del IX Congreso Iberoamericano del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), uno de los encuentros empresariales más influyentes de la región, que reunió a más de 650 líderes empresariales, institucionales y sociales bajo el lema *La Fuerza de Iberoamérica*.

Impulsado por la visión de Núria Vilanova, presidenta de CEAPI, el congreso volvió a consolidarse como una plataforma de diálogo e integración entre América Latina y España. Durante tres jornadas se abordaron temas como inversión, inteligencia artificial, sostenibilidad, geopolítica y liderazgo empresarial, con una mirada puesta en el futuro de la región.

La apertura tuvo como protagonista al empresario mexicano Carlos Slim, quien recibió la Medalla de Honor CEAPI durante un acto celebrado en el Museo Soumaya. “No puede haber mejor anfitrión que Carlos Slim para arrancar la novena edición de nuestro Congreso en Ciudad de México”, señaló Núria Vilanova al entregar el reconocimiento.

En su intervención, Slim destacó que el desarrollo de los países depende del trabajo conjunto entre gobiernos y empresarios y recordó una reflexión que mantiene vigente desde hace más de tres décadas: “La mejor inversión pública y privada es combatir la pobreza”.

Otro de los momentos destacados fue la entrega de la Medalla de Honor CEAPI al brasileño André Esteves, *chairman* de BTG Pactual y primer empresario de su país en recibir esta distinción. Vilanova destacó en él una combinación de visión estratégica, capacidad transformadora y compromiso con el desarrollo económico de Iberoamérica.

El congreso también reconoció el liderazgo femenino a través de los Premios Mujer, Empresa y Liderazgo en Iberoamérica otorgados a la mexicana Alba Medina Flores, presidenta de la Asociación Iberoamericana de Inteligencia Artificial; la chilena Francisca Ponce, directora ejecutiva de The Family Ponce Group; la hondureña María del Carmen Nasser, vicepresidenta de la Fundación Terra; y la ecuatoriana Helen Deller, presidenta de Vitalia Company Holding.

Una vez más, CEAPI demostró que la colaboración empresarial y la construcción de puentes entre países siguen siendo una de las mayores fortalezas de Iberoamérica. ■



Carlos Slim, Medalla de Honor CEAPI, en conversación con Núria Vilanova



Medalla de Honor CEAPI al brasileño André Esteves, chairman de BTG Pactual



Premios Mujer, Empresa y Liderazgo en Iberoamérica



Reconocimiento a los más destacados empresarios de México



La Paz

**"HABITACIÓN"
DE FAEL LARA**

Daniela Mérida Gallery y Laboratorios Bagó presentaron "Habitación", la nueva exposición individual del artista plástico Fael Lara. La muestra explora un espacio donde convergen la memoria, la imaginación, las emociones y la experiencia, reuniendo a invitados especiales y amantes del arte en torno a la obra del artista boliviano, quien recientemente participó en exposiciones colectivas en Madrid y Nueva York.





Santa Cruz

BOSS THE COLLECTION

Cosmet presentó BOSS The Collection, la línea más exclusiva de Hugo Boss, en un encuentro especial realizado en Cosmet Equipetrol. Durante la actividad, los invitados conocieron las propuestas de esta colección de alta perfumería en una experiencia que combinó sofisticación, exclusividad y el sello característico de la marca.



Santa Cruz

COSMET INAUGURA TIENDA EN EQUIPETROL

Cosmet celebró sus 50 años con la inauguración de Cosmet Equipetrol, su nueva tienda insignia en Santa Cruz. Concebido bajo estándares internacionales, el espacio fue diseñado para redefinir la experiencia de compra en alta perfumería y belleza, combinando atención personalizada, diseño y una cuidada selección de marcas internacionales.





Santa Cruz

LOS TAJIBOS EN CASACOR

Los Tajibos, A Tribute Portfolio Hotel, reunió a invitados especiales en una velada gastronómica realizada en el espacio "La Retreta" de CASACOR. La propuesta incluyó cocina en vivo, vinos, cócteles de autor y una selección de sabores especialmente preparada para compartir una noche de encuentro, gastronomía y experiencias memorables.



Santa Cruz

BJ COLLECTION PRESENTÓ UNA NUEVA PIEZA DE DISEÑO

BJ Collection presentó una nueva pieza de diseño en una velada exclusiva realizada en CASACOR. La creación fue desarrollada en colaboración con el arquitecto Juan Carlos Menacho y Jardymant Corp., reuniendo a invitados vinculados al mundo de la arquitectura, el diseño y el paisajismo en torno a una propuesta que apuesta por la innovación y la sofisticación en los espacios contemporáneos.



La Paz

MÉXICO INAUGURÓ LA FIESTA MUNDIALISTA

La Embajada de México en Bolivia realizó una ceremonia de apertura y la transmisión del partido inaugural entre México y Sudáfrica para celebrar el inicio del torneo de fútbol más importante del mundo. La actividad fue encabezada por el embajador Eduardo Sosa Cuevas y reunió a invitados especiales en una jornada marcada por el espíritu deportivo y la confraternidad.



La Paz

FONDOS CONCURSABLES DE BAGÓ

Laboratorios Bagó de Bolivia realizó la premiación de la cuarta versión de sus Fondos Concursables, reconociendo al proyecto ganador de esta iniciativa orientada a impulsar propuestas con impacto social y ambiental. El encuentro reunió a participantes, aliados e invitados especiales en torno al compromiso con el desarrollo sostenible.





Santa Cruz

23 AÑOS DE XX CORP

XX Corp celebró sus 23 años de trayectoria con una velada realizada en CASACOR. El encuentro reunió a clientes, aliados e invitados especiales para conmemorar la historia de la empresa, agradecer la confianza recibida durante estos años y brindar por los proyectos y desafíos que vendrán.





LUIS FERNANDO GUZMÁN

BOLIVIA EN LA MESA DEL MUNDO DEL VINO

Cada año, el Concours Mondial de Bruxelles reúne a algunos de los catadores, críticos y especialistas más influyentes de la industria vitivinícola internacional. En esta edición, celebrada por primera vez en Armenia, un país considerado una de las cunas de la vitivinicultura, Bolivia volvió a tener una voz presente gracias a Luis Fernando Guzmán, embajador del concurso en nuestro país y una de las figuras más reconocidas del mundo del vino boliviano.

Por Carla Tejerina

#MICAVACOSAS



Para Luis Fernando, la invitación tuvo un significado especial. No solo por formar parte de una edición histórica, sino también por la oportunidad de representar a Bolivia en un escenario donde convergen profesionales de más de 50 nacionalidades unidos por una misma pasión: el vino.

Durante varios días compartió mesas de cata con expertos provenientes de distintos continentes, intercambiando conocimientos, experiencias y visiones sobre la evolución de la industria. Más allá de la evaluación técnica de cientos de etiquetas, destaca el valor humano de estos encuentros donde el vino se convierte en un lenguaje común capaz de conectar culturas, territorios e historias.

En cada conversación, Luis Fernando llevó consigo una parte de Bolivia. Habló de nuestros viñedos de altura, de los valles tarijeños y de Samaipata en Santa Cruz, de los viñedos centenarios de los Cintis y del singani como una de las expresiones más auténticas de nuestro patrimonio. Según cuenta, la reacción suele ser siempre la misma, sorpresa y admiración al descubrir las condiciones únicas en las que se producen los vinos bolivianos.

El interés internacional por Bolivia ha crecido de manera sostenida en los últimos años. Aunque el país continúa siendo un actor pequeño dentro del mercado global, cada vez son más los especialistas que observan con atención regiones emergentes capaces de ofrecer identidad, autenticidad y carácter. Y precisamente allí radica una de las mayores fortalezas de nuestros vinos.

“Bolivia no compete por volumen, sino por

personalidad”, reflexiona Luis Fernando. La combinación de altura, diversidad de valles, historia y condiciones extremas de cultivo da origen a vinos con una expresión singular que sorprende a quienes los descubren por primera vez.

Más allá de las medallas y reconocimientos, la presencia boliviana en espacios como el Concours Mondial de Bruxelles resulta fundamental para posicionar al país dentro de la conversación internacional. Estos encuentros funcionan como vitrinas globales que permiten mostrar el trabajo de nuestros productores, generar nuevas conexiones y abrir oportunidades para la industria.

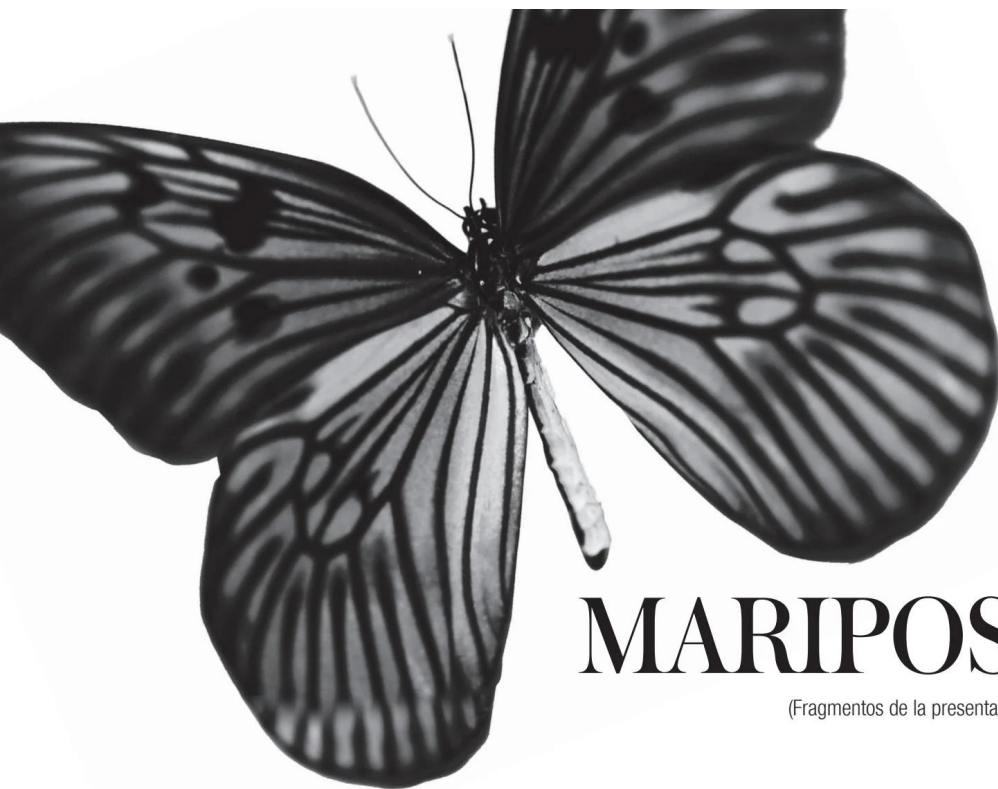
La experiencia en Armenia también dejó momentos imborrables. Uno de ellos fue la visita a Areni-1, considerada una de las

instalaciones vinícolas más antiguas del mundo, donde se encontraron evidencias de elaboración de vino de más de 6.000 años de antigüedad. Un lugar que invita a comprender la profunda relación entre la humanidad y el vino a lo largo de la historia.

Al regresar, Luis Fernando vuelve con la certeza de que Bolivia tiene mucho por contar. El creciente interés por nuevos orígenes y *terroirs* abre una oportunidad para que nuestros vinos y singanis ocupen el lugar que merecen en el escenario internacional.

Su participación en Armenia no solo representa un logro personal. También es una muestra del camino que viene recorriendo la vitivinicultura boliviana y del reconocimiento que comienza a ganar entre las voces más influyentes del mundo del vino. ■





LA MARIPOSA NEGRA

(Fragmentos de la presentación del libro "Presagios", de Juan Carlos "Gato" Salazar)

Por Daniela Murialdo

Hace un par de años, justo antes de salir a festejar el Año Nuevo una mariposa negra entró a mi habitación. Aunque soy creyente, mi fe se eclipsó por un momento y resolví sacarla antes de partir. Sin embargo, ella decidió salir sin más presiones (o eso creí). Cuando con mi esposo volvimos de la cena no había rastros de la oscura mariposa. A la mañana siguiente, mientras tendía mi cama, la hallé muerta al lado de mi almohada.

Primero me vino a la mente el cuentista uruguayo Horacio Quiroga. Me aterró, no la metáfora de su "Almohadón de plumas", sino la posibilidad irrefrenable de que esa polilla comenzara a carcomerme la existencia. Era sin dudas un mal presagio. Aun cuando Google, que tiene respuestas según se quiera ser respondido, intentaba tranquilizarme con que ese tipo de bichos, para ciertas culturas (no la mía), suponen bonanza, yo sabía que durante ese año (ese fue el plazo que le fijé al augurio) algo me pasaría. No obstante, no dije nada. Consideré que el silencio debilitaría la profecía y lograría esquivarla. Y así fue. Pero no siempre sucede eso: las mariposas nocturnas en los relatos de Juan Carlos son verdaderas agoreras.

Y es que es mi deber advertirles que lo que van a leer son algo más que cuentos; son un regalo sí, pero son un presente griego.

Tan solo vean la portada. Ni el editor, José Antonio Quiroga, ni el escritor, Juan Carlos Salazar me van a hacer creer que no tenían intención de angustiarnos. *La noche estrellada* de Van Gogh es un presagio en sí mismo. Uno turbulento. El vaticinio agitado de una mente atormentada; una noche que no es negra, pero cuyos remolinos y espirales frenéticas parecen el anuncio de la única trascendencia posible del pintor a través de la muerte.

Los relatos breves del libro se originan en hechos reales, empero siempre se desarrollan en una tensa atmósfera fatalista. El escritor, en un juego psicológico, nos arrastra a compartir con sus sólidos personajes, sus temores, contradicciones, incertidumbres y recuerdos. El lector sabe, en todo momento, que algo va a ocurrir, algo fatídico. De modo que está obligado a atender cada señal, cada presentimiento, cada silencio. Dejamos de ser lectores para convertirnos en meros vigilantes.

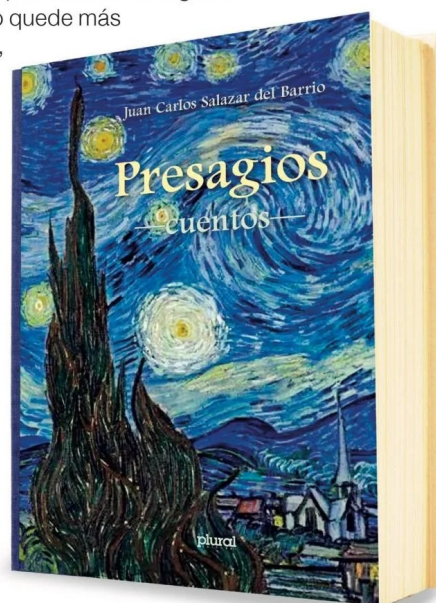
El único cuidado que ha tenido el Gato con sus lectores ha sido el estético: con un lenguaje algo *vintage*, que combina poesía de alta intensidad y crónica, de la que nuestro autor-periodista afortunadamente no logra desprenderse, y que usa para rescatar palabras anacrónicas de belleza particular. El subgénero es más bien el cuento negro. Solo que Salazar no desciende a los submundos de alguna ciudad, sino que se sumerge en las entrañas de sus personajes, que se mueven cómodos en el realismo mágico.

Pese a su aire costumbrista, pues tiene una fuerte carga de identidad cultural (referencias a tradiciones, supersticiones, animales simbólicos, etc.), este es un libro de prosa literaria y no una aproximación antropológica forzada. Una antología que podría haber sido escrita por el mexicano Juan Rulfo, el de los destinos trágicos ineludibles.

La cuentista Mariana Enríquez dice que los japoneses creen que, después de morir, las almas van a un lugar que tiene un cupo limitado. Y que cuando se llegue a ese límite, cuando no quede más lugar para las almas, van a empezar a volver a este mundo.

Mucho me temo que el Gato haya acogido algún presagio antes de escribir estos cuentos y les esté, de algún modo, dando la bienvenida a las primeras almas que vienen de regreso.

Si después de esta introducción todavía quieren leer el libro, allá ustedes; pero luego no digan que no se los advertí... ■



EL LIBRO DE LAS PREGUNTAS DE SIXTO SARMIENTO

Por Homero Carvalho Oliva



“La poesía tiene carácter de arte invisible”.

Gigia Talarico

La entrevista, más que un género periodístico, es una expresión artística que permite conocer tanto al entrevistado como al entrevistador. En la literatura nos acerca a escritores y poetas para conocer sus secretos, experiencias, motivaciones, desafíos, sus poéticas, en fin... su vida y, por eso mismo, el entrevistador debe conocer la obra del entrevistado, parte de su biografía, su rol en la sociedad.

Varios escritores y/o periodistas convirtieron la entrevista en un arte y lo demostraron en revistas, periódicos y suplementos literarios, algunos las recopilaron en sendos libros que son buscados para conocer más allá de la obra de escritores y poetas. Sixto Sarmiento, poeta, compositor y columnista, es uno de ellos; Sixto nació en Ayacucho, Perú (1964), es doctor en Educación y autor de varios libros, especialmente de poesía. Ahora nos entrega el libro *Chirapaq 51 Entrevistas Sobre Cultura Contemporánea*, publicado por Editorial Summa, Lima, Perú. El título proviene del quechua y se traduce como “Centellear de estrellas”. Esta metáfora describe el choque de dos estrellas en el firmamento que genera múltiples brillos, simbolizando el encuentro luminoso entre el entrevistador y los creadores.

Este libro presenta una compilación de entrevistas a cincuenta y un autores iberoamericanos. A través de diálogos con figuras de la poesía, la narrativa y la música, la obra explora temas profundos como el misterio de la creación literaria, el impacto de la pandemia y la preservación de las identidades culturales. Los protagonistas reflexionan sobre la función social del arte y la importancia de la palabra como herramienta de resistencia y sanación en tiempos convulsos. El compendio funciona como un mapa intelectual y espiritual que busca estrechar los vínculos entre las diversas voces de América Latina. En definitiva, las fuentes celebran la tradición humanista y la capacidad de la belleza para forjar un sentido de comunidad.

Las entrevistas fueron realizadas en la pandemia, ya sea durante el “encierro voluntario” o el año siguiente que aún arrastraba la secuela del virus y su legado mortal, temor y angustia.

Entre los entrevistados se encuentran Leopoldo Castilla y María Casiraghi, de Argentina; Omar Lara, Leo Lobos, Elvira Hernández y Gigia Talarico, de Chile; Jotamario Arbeláez, Lauren Mendiñeta y Victoria Sur, de Colombia; Randall Roque, de Costa Rica; Iván Oñate, Sonia Manzano Vela, Xavier Oquendo Troncoso e Iván Oñate, de Ecuador; Daysi Zamora, de Nicaragua; Roberto Arizmendi, de México; Gloria Mendoza Borda, Alfredo Pérez Alencart Cronwell Jara Jiménez y Omar Aramayo; de Perú; José Luis Peixoto, de Portugal; Jorge Palma, de Uruguay, y por Bolivia tengo el honor de formar parte de este libro que ya es un clásico de entrevistas a escritores.

Esta compilación, al igual que toda su obra, refleja el profundo orgullo de Sarmiento por sus raíces ayacuchanas y la cosmovisión andina. El uso del quechua y la referencia a la “justicia lírica” son sellos distintivos de su labor creativa y de su búsqueda de integración cultural. ■



DUA LIPA Y CALLUM TURNER

CUANDO EL ÉXITO ENCUENTRA ESTABILIDAD

Durante años, la vida de Dua Lipa pareció avanzar a la velocidad de sus éxitos. Discos multiplatino, giras mundiales, premios Grammy, campañas de moda y una agenda que rara vez parecía detenerse.

Por eso, la noticia de su matrimonio con Callum Turner llamó la atención por una razón distinta a la habitual. Más que una boda entre celebridades, muchos la interpretaron como el símbolo de una nueva etapa para una de las artistas más influyentes de su generación. A sus 30 años, Dua Lipa parece haber encontrado algo que durante mucho tiempo quedó relegado por el ritmo de su carrera: estabilidad.

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock

En una época donde muchas relaciones nacen y terminan bajo el escrutinio constante de las redes sociales, la historia entre Dua Lipa y Callum Turner avanzó con una discreción poco habitual.

Los primeros rumores surgieron cuando fueron vistos juntos en distintos eventos y reuniones privadas, pero ninguno de los dos pareció interesado en convertir su relación en un espectáculo mediático.

Con el tiempo llegaron las apariciones públicas, las fotografías compartidas ocasionalmente y la confirmación de una relación que se desarrolló sin prisas. A diferencia de otros romances de alto perfil, el suyo nunca estuvo marcado por declaraciones constantes o exposiciones calculadas. Quizás por eso, cuando llegó el compromiso y posteriormente el matrimonio, la noticia fue recibida más como una celebración que como una sorpresa.

¿QUIÉN ES CALLUM TURNER?

Aunque para muchos siempre será presentado como “el esposo de Dua Lipa”, Callum Turner había construido una carrera propia mucho antes de que sus nombres aparecieran juntos en los titulares.

Nacido en Londres, comenzó trabajando como modelo antes de dar el salto a la actuación. Su carrera fue creciendo progresivamente gracias a proyectos como *War & Peace*, *The Capture* y, especialmente, su participación en la saga *Animales Fantásticos*, donde interpretó a Theseus Scamander.

Más recientemente, su trabajo en *Masters of the Air*, la ambiciosa producción bélica de Steven Spielberg y Tom Hanks, terminó de consolidarlo como uno de los actores británicos más interesantes de su generación.

Lo que vuelve particularmente atractiva esta relación es que ambos llegan a ella desde lugares similares: dos figuras exitosas, con carreras internacionales, acostumbradas a la atención mediática y con identidades profesionales completamente independientes.

ANTES DE CALLUM, UNA DÉCADA PERSIGUIENDO UN SUEÑO

Para entender el momento que atraviesa Dua Lipa, es necesario retroceder varios años.

Nacida en Londres en el seno de una familia albanokosovar, pasó parte de su infancia en Kosovo antes de regresar a Reino Unido con una idea muy clara: quería dedicarse a la música. Mientras otros adolescentes imaginaban una carrera artística, ella comenzó a construirla.

Subía versiones de canciones a YouTube, asistía a castings y trabajaba constantemente para llamar la atención de la industria. El camino no fue inmediato. Antes de convertirse en una estrella global, pasó años intentando abrirse espacio en un mercado extremadamente competitivo.

Aquella determinación terminó convirtiéndose en una de las características más reconocibles de su personalidad pública.

DE PROMESA A FENÓMENO MUNDIAL

Su álbum debut la posicionó como una de las artistas más prometedoras del pop británico, pero fue *New Rules* la

canción que cambió todo. El sencillo no solo dominó las listas internacionales, sino que se convirtió en un fenómeno cultural que redefinió su carrera.

Sin embargo, el verdadero punto de inflexión llegó con *Future Nostalgia*. Lanzado en medio de la pandemia, el álbum transformó a Dua Lipa en una superestrella global. Canciones como *Don't Start Now*, *Levitating* y *Physical* dominaron plataformas de streaming, radios y redes sociales, mientras la crítica celebraba su capacidad para reinterpretar sonidos disco y pop de décadas pasadas con una sensibilidad contemporánea.

El éxito fue tan contundente que muchos consideran *Future Nostalgia* uno de los discos pop más importantes de la década.

APRENDER A VIVIR BAJO LOS REFLECTORES

La historia de Dua Lipa también es interesante porque no estuvo exenta de obstáculos. Durante los primeros años de su carrera fue objeto de críticas constantes. Algunas de sus actuaciones en vivo se viralizaron por razones equivocadas y durante un tiempo internet convirtió sus movimientos sobre el escenario en motivo de bromas y memes.

Lo que vino después es quizá una de las transformaciones más notables de su generación. En lugar de responder con polémicas, Dua Lipa hizo algo mucho más efectivo: trabajó.

Perfeccionó sus presentaciones, fortaleció su presencia escénica y terminó convirtiéndose en una de las performers más sólidas del pop actual. La misma artista que alguna vez fue cuestionada por sus actuaciones



es hoy capaz de llenar estadios alrededor del mundo.

MUCHO MÁS QUE UNA CANTANTE

En paralelo, Dua Lipa fue expandiendo su influencia más allá de la música. Se convirtió en una figura habitual de las semanas de la moda, colaboró con grandes casas de lujo y desarrolló una relación particularmente estrecha con Versace. También exploró nuevos formatos a través de *At Your Service*, el podcast donde entrevista a escritores, artistas, activistas y líderes culturales de distintas disciplinas.

Su participación en *Barbie* reforzó además su presencia dentro del mundo del entretenimiento más allá de los escenarios, consolidando una imagen que combina música, moda, negocios y cultura.

EL MOMENTO EXACTO EN QUE TODO PARECE ENCAJAR

Quizás por eso su matrimonio con Callum Turner resulta tan significativo. No porque cambie quién es Dua Lipa, sino porque parece llegar en el momento preciso. Después de años construyendo una carrera extraordinaria, alcanzando objetivos que parecían imposibles y convirtiéndose en una de las artistas más reconocidas del planeta, la cantante entra en una etapa donde el éxito profesional ya no parece ser la única prioridad.

Por primera vez en mucho tiempo, la conversación sobre Dua Lipa no gira únicamente en torno a récords, premios o giras. También habla de una vida personal que parece avanzar con la misma solidez que su carrera.

LO QUE VIENE

El futuro sigue siendo enorme para ambos. Nuevos proyectos cinematográficos para Callum Turner, más música, giras y posibles incursiones en cine para Dua Lipa. Ninguno parece dispuesto a reducir la velocidad. Pero quizás la diferencia es que ahora avanzan acompañados. Durante años, Dua Lipa persiguió sueños que parecían cada vez más grandes. Hoy, con una carrera consolidada, una influencia global difícil de discutir y una nueva etapa personal junto a Callum Turner, parece estar descubriendo algo igual de valioso: que el éxito no siempre consiste en llegar más lejos, sino en encontrar con quién compartir el camino cuando finalmente lo consigues. ■

PASIÓN POR LA IMAGEN



¡Escanéame!



reeldxfilms

Revistas.PeruRadio.net.pe



REACH FOR THE CROWN



EL DAY-DATE

eurochronos

Boutique Av. Velarde 113 ☎ 336 0993
● eurochronos.com



ROLEX

Revistas.PeruRadio.net.pe